

Appdate: Een einde aan neptassen van luxemerken

06-09-2017 10:32



Met de groei van m-commerce schieten ook apps als paddenstoelen uit de grond. Retailers houden het vaak niet bij één mobiele applicatie, terwijl niet-retailers toepassingen introduceren die niet zouden misstaan bij grote winkelketens. RetailTrends geeft wekelijks een overzicht van drie apps die meer dan de moeite waard zijn. Deze week apps van Entrupy, Jumbo en Albert Heijn.

Entrupy

Is die Louis Vuitton-tas nou echt of een vervalsing? Het is vaak nauwelijks te achterhalen. De New Yorkse startup Entrupy heeft daar nu een oplossing voor. Met een draagbare microscoopcamera, gelinkt aan een smartphone-app, kunnen verkopers straks echte van nepproducten onderscheiden.

De microscoop analyseert nauwkeurig de details van luxeproducten, zoals printpatronen, het leer en de opdruk. De tool maakt daarvoor een uitvergroting van 260 keer het object waarop het gericht wordt. Het systeem heeft inmiddels een database van dertigduizend tassen en portemonnees van merken als Chanel, Gucci en Louis Vuitton. De nauwkeurigheid is volgens Entrupy meer dan 98 procent. Ongeveer 160 retailers werken al samen met de startup.

Jumbo

Boodschappen met je stem online bestellen, dat gaat in Nederland nog een stapje te ver. Maar een boodschappenlijstje samenstellen kan bij Jumbo vanaf eind volgende maand wel via stembesturing. De supermarktketen voegt daarvoor verschillende technologieën aan zijn app toe. Die zorgen ervoor dat de app een stem kan horen en interpreteren, en daarnaast bruikbare informatie uit grote hoeveelheden gestructureerde en ongestructureerde data kan halen.



Een pilot met de stemfunctie gaat eind deze maand van start, waarbij duizend gebruikers ermee kunnen testen. De functie is vooralsnog alleen beschikbaar voor iOS, maar in de toekomst moet hij ook geschikt worden voor Android-apparaten. Later worden mogelijk meer features toegevoegd, zegt directeur online Roy van Keulen. "Het boodschappenlijstje is nog maar het begin."

Albert Heijn

Albert Heijn lanceert een chatbot die consumenten dagelijks een recept van de dag stuurt via de Facebook Messenger-app. Die worden op basis van enkele vragen afgestemd op de wensen van de gebruiker. De chatbot stelt een aantal vragen en stuurt op basis van de antwoorden een aantal recepten. Consumenten kunnen zowel de namen van ingrediënten invoeren als food-emoji's sturen.

Gebruikers kunnen verder tijdens het koken vragen stellen aan de chatbot. Die zorgt ervoor dat die beantwoord worden door een 'culinair expert' van Allerhande. De chatbot is te vinden via de Facebook Messenger-app. Albert Heijn speelt met de bot naar eigen zeggen in op het toenemende gebruik van chatbots.